

Empresarismo desde la academia

Grupo de Investigación HISTOREO
Esp. María Eugenia Saldarriaga Salazar
Mg. María Fernanda Guzmán González
Esp. Luis Guillermo Céspedes Solano
Esp. Néstor Andrés Reyes

El empresarismo puede ser considerado como el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea, o capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales. Según Low y McMillan (1988),¹ el empresarismo es la creación de una nueva empresa; y Bruyant y Julien (2000),² coinciden con ellos agregando que el empresarismo tiene que ver con un proceso de cambio y el surgimiento y la creación de un nuevo valor también para el empresario.

Esos y otros autores que tratan también el tema del empresarismo, obligan a preguntarse si desde la academia se debe y se puede enseñar el empresarismo?

La respuesta es positiva, pero para ello es preciso que se cumplan varias condiciones: unas referidas a quien transmita el espíritu emprendedor y otras al ambiente académico en donde este debe desarrollarse. Al docente de emprendimientos no solo le basta tener un real conocimiento sobre el mundo empresarial, es necesario que transmita una actitud, una vocación que además de brindarle a sus estudiantes las herramientas necesarias para crear y operar una empresa exitosa les fortalezca su sentido de la responsabilidad, de la disciplina, de la perseverancia y la capacidad de tomar decisiones.

Los ambientes de aprendizaje deben privilegiar las ideas de proyectos, la constitución de redes entre los emprendedores, establecer tiempos para que la los profesores puedan asesorar y formar a los emprendedores, la búsqueda de apoyos financieros para las ideas, las ferias empresariales, las rondas de negocios, el compartir el éxito de los egresados de los distintos programas académicos que ofrezcan las instituciones; en fin trazarse objetivos que permitan a los emprendedores alcanzar sus sueños y abrirse paso en un mundo cada vez más competitivo.

De esta manera, el emprendimiento se convierte en un aspecto importante en el campo educativo; ya que las instituciones de educación superior deben definir nuevos esquemas de formación que estimulen una participación activa de los estudiantes en la creación

de nuevas empresas, de tal manera que sea posible terminar con el pensamiento de llegar solamente a ser empleados.

La academia se orienta entonces a fomentar y promover en los estudiantes la innovación, el emprendimiento, la creación de empresas, a forjar un verdadero entorno emprendedor como nuevas tareas que se les impone a las Instituciones de Educación Superior, en las diversas disciplinas que ofrezca.

La propuesta de dichas ideas por parte de los estudiantes requiere de integrar el empresarismo a la investigación, teniendo en cuenta que esta última debe ser realizada de una forma rigurosa y también pensada como una respuesta a las necesidades y problemas de los actuales y futuros emprendedores no solo como una solución personal sino con la responsabilidad social que genera la distribución de oportunidades y riquezas en momentos en que debe enfrentarse la globalización y por ende la entrada de negocios muy sólidos de países próximos y lejanos, lo cual le da pertinencia social a los programas académicos y a las instituciones educativas.

Por eso el fomento de pensamientos, actitudes emprendedoras y ejecución de proyectos deberá hacer

Resumen

El impulso del empresarismo desde la academia se ha convertido hoy en un requisito y en un reto para las instituciones de educación superior en sus propósitos de contribuir al desarrollo individual de sus estudiantes y del mundo empresarial regional y local. La construcción y transmisión del conocimiento, unidas a la formación de un espíritu emprendedor en los educandos, garantiza no solo la pertinencia social de las instituciones educativas sino el avance económico de amplias zonas del país.

1 LOW, M y McMillan, I. (1988), "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges"; *Journal of Management*, Vol. 32, pp. 139-61.

2 BRUYANT, C and JULIEN, P.A. (2000), "Defining the field of research in entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No 2, pp. 165-80.

parte de todos los programas académicos, ya que los estudiantes reclaman una formación, que les permita influir en el entorno económico y social de la región y para ello es necesario generar una cultura que favorezca el desarrollo de actitudes emprendedoras, de tal forma que se estimule la creatividad y la capacidad innovadora. Asimismo se podrá formar personas con las competencias básicas para crear sus propias soluciones laborales.

En tal sentido, el espíritu emprendedor es parte importante de la innovación, la competitividad y el crecimiento, representa un vehículo de desarrollo personal y de cohesión social. Este espíritu exige en la persona características como visión, planeación, empuje, creatividad, innovación, progreso, liderazgo, trabajo en equipo, para desarrollar nuevas iniciativas y en el medio la recuperación del tejido social, la conformación de redes de discusión y apoyo, la generación de nuevas oportunidades laborales, la promoción de una vida digna y el alcance de mejores niveles de bienestar social que favorecerán la solidaridad y la tolerancia, requisitos básicos para el crecimiento económico y la paz.

Abstrac

Nowadays the promotion of entrepreneurship within the academic community has become a necessity and a challenge to higher education institutions in their aims to support their students' individual growth, as well as the entrepreneurial world in its regional and local contexts. The development and sharing of knowledge along with the development of an entrepreneurial spirit among the learners, guarantee not only the social suitability of educational institutions but also the economic expansion of wide areas of the country.